



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK BTN BATARA HAJI DAN UMROH
IB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG
SYARIAH PEKANBARU**

LAPORAN AKHIR

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagai Syarat Guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)*



Oleh :

KAMILA
01626204099

**PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1440 H/2019 M



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PERSETUJUAN

Laporan akhir ini dengan judul *STRATEGI PEMASARAN PRODUK*
BTN BATARA HAJI DAN UMROH iB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU, yang ditulis oleh:


Nama : **KAMILA**

NIM : 01626204099

Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang
 Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan
 Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Rabi'ul Akhir 1441 H
 16 Desember 2019 M
 Pembimbing Laporan Akhir


Ahmad Hamdalah, SE.I.,M.E.Sy
 NIK. 130.217.031

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

PENGESAHAN

Laporan akhir dengan *STRATEGI PEMASARAN PRODUK BTN BATARA HAJI DAN UMROH IB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU*, yang ditulis oleh:

Nama : **KAMILA**
 NIM : 01626204099
 Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :


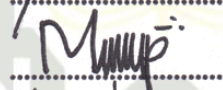

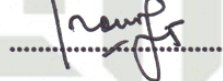
Hari/Tanggal : Senin, 30 Desember 2019
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Januari 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Nurnasrina, SE., M.Si.
 Sekretaris
Musrifah, SH, MH
 Penguji I
Madona Khairunisa, S.E.I, M.E.Sy
 Penguji II
Zur Hasanah, SE., MM

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum




Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 198603 1 005



ABSTRAK

Kamila (2019) : Strategi Pemasaran Produk BTN Batara Haji Dan Umroh iB Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Dalam kegiatannya PT. BTN Syariah perlu memasarkan produk BTN Batara Haji dan Umroh iB dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat atau pun nasabah dengan baik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran dan faktor pendukung dan penghambat produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yang beralamat di Jl. Arifin Ahmad, Sidomulyo Timur., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Pada penelitian ini memiliki populasi yang berjumlah 10 *staff* pemasaran pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru maka diambil sampel sebanyak 3 orang yang berhubungan langsung dengan permasalahan, yang terdiri dari 1 orang *Consumer & Commercial Funding Unit Head*, 1 orang *Consumer Funding Sales* dan 1 orang *Service Quality Unit Head*. Dalam pengambilan sampel penulis menggunakan *Purposive Sampling*. Analisis data dalam penelitian ini yaitu Deskriptif dan sumber data penelitian ini terdiri data primer dan sekunder dan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru khususnya pada produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB yaitu dengan menggunakan strategi *segmentation, targeting, positioning*. Selain itu dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah. Sementara yang menjadi faktor pendukung produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yaitu masyarakat muslim, semua muslim memiliki niat untuk naik haji, prosedur pembukaan tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB tidak rumit, setoran awal ringan. Adapun yang menjadi faktor penghambat produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yaitu persaingan, kualitas karyawan yang belum paham terhadap produk-produk syariah sehingga perlu pelatihan-pelatihan agar karyawan dapat memahami bank syariah tersebut, masyarakat belum banyak mengetahui produk syariah pada PT. BTN Syariah, dan sebagian besar masyarakat Pekanbaru masih kurang mampu.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Produk Tabungan



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis menyampaikan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada kita semua. Penulis menghaturkan shalawat serta salam kepada Nabi dan Rasul Muhammad SAW, beserta segenap keluarga, sahabat dan bahkan umat-Nya, Insya Allah dan mudah-mudahan kita ada didalamnya.

Dengan taufik dan hidayah Allah SWT, serta dilakukan dengan sungguh-sungguh, tugas akhir ini yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK BTN BATARA HAJI DAN UMROH IB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU”** dapat terselesaikan. Penulis menyusun tugas akhir ini dalam rangka memenuhi dan melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sepenuhnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini bantuan semata-mata penulis pribadi, namun juga karena bantuan dan motivasi berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah saya Robi Purnomo dan Ibu tercinta saya Nina Hariani, tiada kata yang dapat ku ucapkan selain terima kasih yang tak terbalas untuk semua pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan kuliah dan tugas akhir ini, semoga Allah SWT memberikan usia yang penuh keberkahan dan membalas segala kebaikan kalian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- 2 Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 - 3 Bapak Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 - 4 Ibu Nurnasrina, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 - 5 Bapak Ahmad Hamdalah, SE.I.,M.E.Sy selaku dosen pembimbing dan kesediaannya memberikan waktu luang kepada penulis untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan-masukannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
 6. Bapak Dr. Amrul Muzan, M.Ag selaku pembimbing akademik atas kesediaannya memberikan kemudahan untuk penulis.
 7. Para dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis semasa kuliah, semoga amal kebbaikannya mendapat balasan di sisi Allah SWT.
 8. Pimpinan dan Staf Perpustakaan Pusat dan Perpustakaan Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak membantu menyelesaikan tugas akhir ini dengan berbagai referensi.
 - 9 Ibu Aries Tuti Pimpinan PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yang telah memberikan tempat penelitian tugas akhir. Kepada bapak Nikmansyah Nasution, bapak Hendri Susilo dan ibu Mia Reniflirach



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

yang saya cintai telah meluangkan waktu untuk membantu penulis melakukan penelitian serta memberikan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini. Kepada seluruh karyawan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru terima kasih banyak.

Rekan-rekan angkatan 2016, khususnya Fadhilah Wijayanti A.Md yang sudah mendapatkan gelar lebih dulu, sahabat tersayang yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini. Serta kepada teman-teman yang lain yang telah menggoreskan banyak kenangan manis dan pahit, canda serta tawa selama menjalani perkuliahan, semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga.

Akhirnya tiada untaian kata yang berharga kecuali ucapan *Alhamdulillah Robbil 'Alamin* atas Rahmat dan Karunia serta Ridha Allah SWT. Demikian ucapan terimakasih penulis lunturkan kepada seluruh pihak, semoga kebaikan dan bantuan kepada penulis menjadi amal ibadah dan mendapat Ridha Allah SWT.

Penulis menyadari banyak kekurangan yang terdapat dalam pembuatan tugas akhir ini. Untuk itu kritik dan saran kiranya dapat lebih memperbaiki tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan khususnya bagi umat manusia. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai aktivitas kita berjuang di jalan-Nya serta menjadikan kita sebagai hamba-Nya yang bahagia di dunia dan akhirat.

Pekanbaru, 09 Desember 2019
Penulis

Kamila
01626204099



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

ABSTRAKii

KATA PENGANTARiii

DAFTAR ISIvi

DAFTAR TABELviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Masalah	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	12

BAB II GAMBARAN UMUM PT. BTN SYARIAH

A. Sejarah singkat PT. BTN Syariah	14
B. VISI dan Misi PT. BTN Syariah	17
C. Struktur Organisasi PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru	22
D. <i>Job Description</i> (Uraian-uraian Tugas) PT. BTN Syariah	23



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

BAB III

E. Produk dan Jasa PT. BTN Syariah.....	26
---	----

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	31
B. Strategi Pemasaran Bank	37
C. Pemasaran dalam Pandangan Islam	44
D. Produk dan Tabungan	47
E. <i>Mudharabah Mutlaqah</i>	49
F. Haji dan Umrah	50

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Strategi Pemasaran Produk BTN Batara Haji dan Umrah iB Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru	56
B. Faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru	67

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



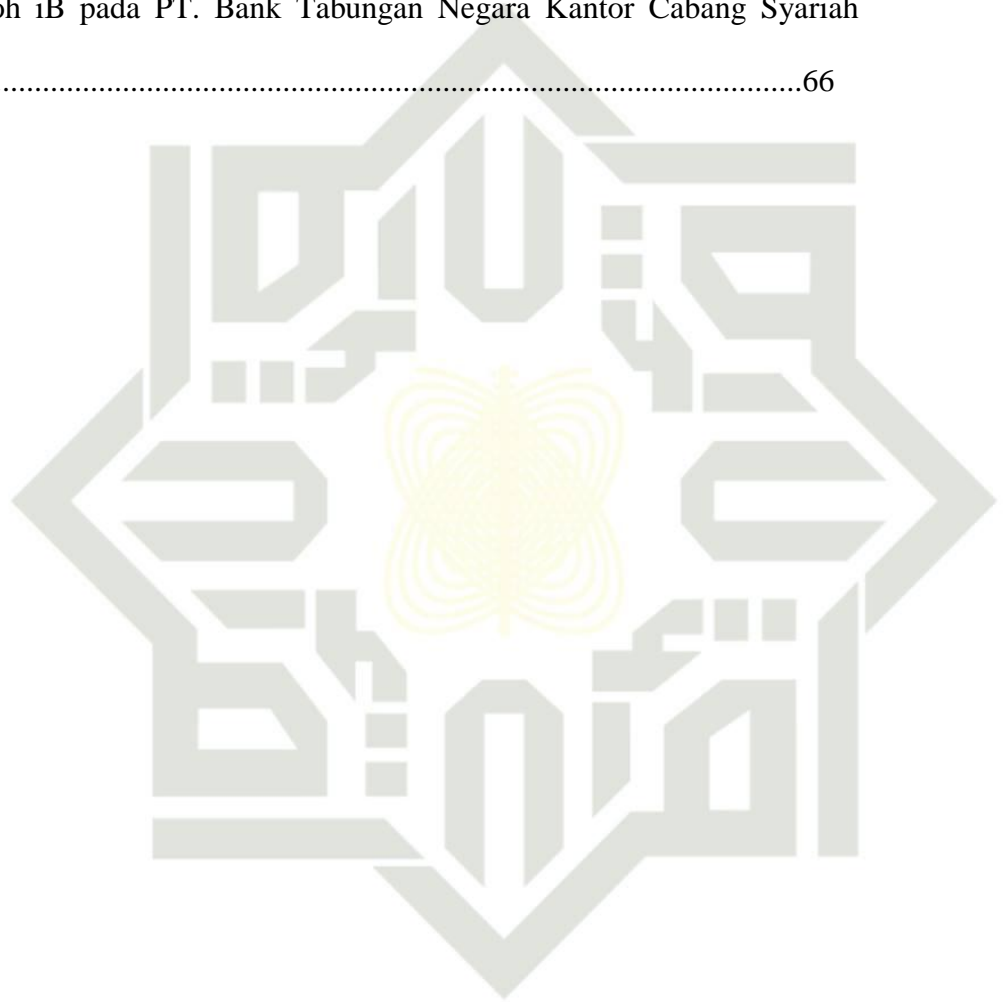
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

TABEL IV.I

Strategi Pemasaran dalam bentuk variable <i>Marketing Mix</i> produk BTN Batara	
Hasil dan Umroh iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah	
Pekanbaru	66



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya bank Islam di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syari'ah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.¹ Akan tetapi prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank syariah di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Bank Syari'ah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syari'ah sedangkan prinsip syari'ah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syari'ah.

Dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 menyatakan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dari pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem hukum perbankan di Indonesia bank sebagai intermediary bagi masyarakat yang surplus dana dan masyarakat yang kekurangan dana.

Dikeluarkannya UU No 21 tahun 2008 harus di tanggap positif bahwa ini merupakan salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap bank bagi hasil dari lebih populer dengan bank syariah. Menyadari hal itu prinsip bank syariah perlu

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di pertegas kembali, agar persepsi masyarakat yang memandang perbankan syariah sama dengan bank konvensional dapat dihilangkan. Karena hal itu akan menghambat proses sosialisasi yang terus di gulirkan, sehingga sikap masyarakat yang meliputi sikap terhadap system dan produk perbankan syariah menunjukan prospek yang menggembirakan terhadap sistem maupun produk perbankan syariah. Untuk itu, perlu di ciptakan daya inovasi baru untuk mendapatkan produk baru sebagai variasi dan produk yang telah ada dan akhirnya mampu menciptakan segmentasi pasar baru di Antara pasar yang telah ada.

Perkembangan Lembaga Keuangan saat ini telah mengalami banyak perubahan. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran maka dari itu, dapat merumuskan rencana strategi pemasaran kompetitif yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan atau keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan bila perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing.² Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi pemasaran dalam usaha untuk meningkatkan anggota yaitu dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan pada pelanggan, sebagai cara untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap perkembangan lembaga.

² Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2014), hlm. 241

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh swastha “strategi adalah serangkaian rancangan besar yg menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan berporasi untuk mencapai tujuan”. Sehingga untuk menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasaran.³

Tingginya tingkat persaingan antar bank disebabkan karena banyaknya produk unggul yang diciptakan oleh masing-masing bank, sehingga setiap bank memerlukan strategi pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁴

Dalam melakukan pemasaran, strategi yang digunakan oleh bank biasanya berlandaskan pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari atas 4 P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Untuk menghasilkan pemasaran yang baik unsur-unsur *marketing mix* harus diperhatikan dan perlu rencana pemasaran yang baik juga. Dimana rencana pemasaran adalah meliputi strategi pemasaran, menetapkan target pasar dan bagaimana memosisikan nilai yang ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasar dan taktik rencana pemasaran, yakni terkait fitur produk, promosi, harga, penjualan, dan layanan.⁵

PT. BTN Syariah merupakan salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah. PT. BTN Syariah memiliki berbagai produk unggul yang dapat diminati masyarakat salah satunya tabungan

³ Kevin Line, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2006), hlm. 12.

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 5.

⁵ Setyo Sudrajat, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta: InfoBank, 1994), hlm. 116.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

BTN Batara Haji dan Umroh iB dari PT. BTN Syariah merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad “*mudhrabah mutlaqah*” (Investasi), yang merupakan kerjasama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka. Tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB telah tergabung dalam layanan online SISKOHAT (Sistem Koordinasi Haji Terpadu) yang memungkinkan jemaah haji memperoleh porsi dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan.

Sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Bab I Pasal 1 menyebutkan bahwa Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima yang merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang mampu menunaikannya.⁶ Untuk itu diperlukannya dana yang cukup dan aman untuk menunaikan salah satu rukun Islam tersebut. sekarang banyak perusahaan-perusahaan yang membuka biro perjalanan haji, baik ONH atau ONH plus. Begitu juga dengan perbankan syariah.

PT. BTN Syariah merupakan salah satu bank syariah yang berada di Kota Pekanbaru. Sebagai lembaga perbankan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru dalam melakukan pemasaran mempunyai strategi dalam memasarkan produk-produk jasa yang dimiliki. Hal ini dilakukan agar PT. BTN Syariah dapat menarik masyarakat menjadi nasabah baru, mempertahankan nasabah lama, dan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabahnya. Agar strategi

⁶ Undang-Undang R.I. Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Keimigrasian dan Perpu Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (Bandung: Citra Umbara), hlm. 160.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

permasalahan berhasil, PT. BTN Syariah berpedoman pada *marketing mix* dalam memasarkan produknya. Produk yang ditawarkan oleh PT. BTN Syariah sangat beragam yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB yang dimiliki oleh PT. BTN Syariah Pekanbaru ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yaitu biaya bebas administrasi, mudah memperoleh nomor porsi Ibadah Haji, paket ibadah umroh dengan harga dan fasilitas terbaik, bagi hasil kompetitif dan imbal hasil dapat autodebet untuk zakat, infaq dan shadaqah yang memudahkan nasabah muslim dalam melakukan kewajiban agamanya.

Namun, dibalik semua kemudahan yang dimiliki, tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru masih membutuhkan pemasaran yang lebih efektif dibanding sebelumnya. Hal ini disebabkan rendahnya minat masyarakat menabung di bank syariah disebabkan karena masih banyak masyarakat yang belum mengenal bank syariah. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan menarik agar dapat meningkatkan nasabah lebih banyak.

Dengan latar belakang seperti dijelaskan diatas maka penulis mencoba untuk meneliti strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB yang ada di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru kedalam judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK BTN BATARA HAJI DAN UMROH iB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU”**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

U

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan judul Tugas Akhir ini lebih terarah serta tepat sasaran maka penulis perlu membatasi judul ini yakni hanya membahas pada strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Dari pembatasan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan bahwa pokok-pokok permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru?
2. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan Manfaat penelitian yang hendak dicapai penulis dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB di BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manfaat Penelitian

- a. Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan informasi yang tepat dan jelas mengenai strategi pemasaran terhadap produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.
- b. Dapat menjadi sebuah sumber inspirasi dan sebagai sarana referensi bagi para mahasiswa UIN SUSKA RIAU khususnya Prodi D3 Perbankan Syariah dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.
- c. Dapat membantu masyarakat dalam memperoleh dan menggali informasi mengenai produk pembiayaan pengurusan ibadah haji, sehingga masyarakat bisa lebih memahami bagaimana dan apa yang harus dilaksanakan dalam menggunakan produk Tabungan Haji dan Umroh.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Alasan peneliti meneliti di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yang beralamat Jl. Arifin Ahmad, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru adalah karena masih membutuhkan pemasaran yang lebih efektif dibanding sebelumnya yang disebabkan masih banyak masyarakat belum mengenal bank syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru, yang terdiri 2 orang bagian *Consumer Funding* dan 1 orang bagian *Service Quality Unit Head* Sedangkan yang menjadi objek pada penelitian ini adalah Strategi Pemasaran pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah *staff* pemasaran yang bekerja pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yang berjumlah 10 orang. Dikarenakan populasinya banyak, maka diambil sampel sebanyak 3 orang yang terdiri dari 2 orang bagian *Consumer Funding* dan 1 orang bagian *Service Quality Unit Head* PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah salah satu teknik sampling *non random sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

4. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan pada kali ini ada dua macam yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari.⁷ Untuk dapat memperoleh data primer ini, penulis peroleh secara langsung dari lokasi penelitian PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yang mempunyai hubungan langsung dengan permasalahan yang diangkat.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang mendukung data primer dan dapat diperoleh dari luar objek penelitian.⁸ Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah segala data yang tidak berasal dari sumber data primer yang dapat memberikan dan melengkapi serta mendukung informasi terkait dengan objek penelitian baik yang berbentuk buku, karya tulis, dan tulisan maupun artikel yang berhubungan dengan objek penelitian.

5. Teknik Pengambilan Data

Penelitian ini juga termasuk penelitian lapangan (*field Research*), yakni penelitian yang langsung dilakukan atau pada responden, oleh karenanya untuk memperoleh data dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian, yaitu sebagai berikut:

⁷ Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 91

⁸ Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hlm. 11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Observasi

Cara ini sangat sesuai untuk mengkaji proses dan perilaku. Metode ini menggunakan mata dan telinga sebagai jendela untuk merekam data⁹ yang terjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan.

b. Interview (wawancara)

Yaitu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak,¹⁰ yaitu penulis (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan pihak atau karyawan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data relevan melalui arsip-arsip, catatan-catatan, pendapat-pendapat dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

6. Metode Analisis data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang

⁹ Suwartono M. Hum, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 41

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif, dimana peneliti menggambarkan tentang kondisi dan situasi di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru. Sedangkan teknik analisis data deskriptif yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya.¹¹

Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik dari hasil wawancara, maupun dokumentasi selama mengadakan penelitian di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

7. Metode Penulisan

a. Metode Induktif

Proses mengorganisasikan fakta-fakta atau hasil-hasil pengamatan yang terpisah-pisah menjadi suatu rangkaian hubungan atau suatu generalisasi.¹²

b. Metode Diskriptif

Yaitu mengumpulkan masalah secara objektif, kemudian dianalisa secara kritis dengan menggunakan analisa kualitatif

¹¹ Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Angkasa, 1993), Cet. Ke-10, hlm. 161.

¹² Saifudin Azwar, *Op.Cit.*, hlm. 40

yaitu menggambarkan atau memaparkan kenyataan yang terjadi di lapangan dengan apa adanya.

Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dalam tugas akhir, penulis menyusunnya dalam 5 (lima) bab. Dimana setiap babnya terdiri dari beberapa sub bab tersendiri. Bab-bab tersebut secara keseluruhan saling berkaitan satu sama lain. Dimana diawali dengan pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup yang berupa kesimpulan dan saran. Adapun gambaran sekilas mengenai bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang meliputi: Latar Belakang Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Objek Penelitian, Metodologi Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR SYARIAH CABANG PEKANBARU

Gambaran umum Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Pekanbaru meliputi: Sejarah Berdirinya, Visi dan Misi, Landasan Operasional BTN syariah, Nilai Dasar BTN Syariah, Etika Bank BTN Syariah, Struktur Organisasi, Job Description, Produk dan Jasa yang dijalankan.

BAB III LANDASAN TEORI

Landasan Teori yang meliputi tinjauan teoritis mengenai: Strategi, Pemasaran, Strategi Pemasaran Bank, Konsep Pemasaran, Bauran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

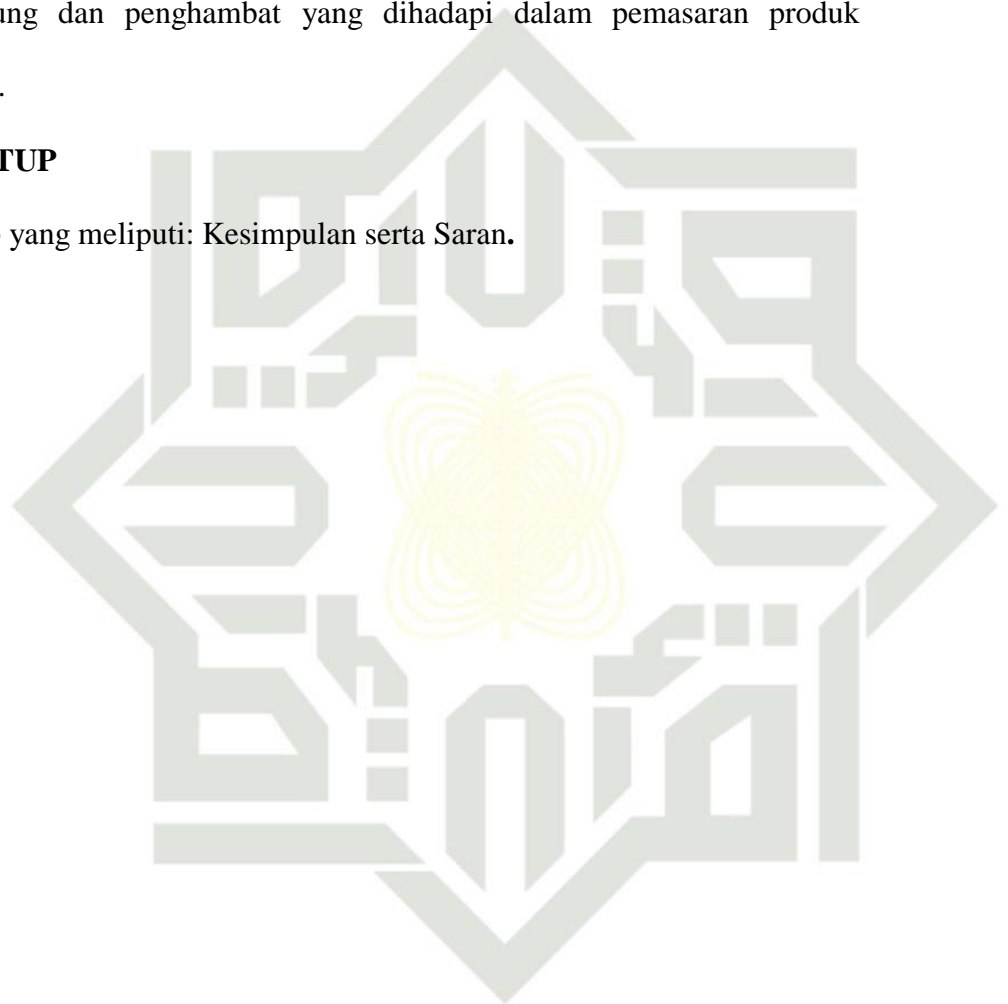
pemasaran, Pemasaran dalam pandangan Islam, Produk dan Tabungan, *Mudharabah Mutlaqah*, Haji dan Umroh.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisi yang meliputi: Strategi Pemasaran produk dan faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam pemasaran produk tersebut.

BAB V PENUTUP

Penutup yang meliputi: Kesimpulan serta Saran.



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU

A. Sejarah Singkat PT. BTN Syariah

Berawal dengan adanya perubahan peraturan perundang-undangan perbankan oleh pemerintah dari UU Perbankan No. 7 tahun 1992 menjadi perbankan No. 10 tahun 1998, dunia perbankan nasional menjadi marak dengan fenomena boomingnya bank syariah. Persaingan dalam pasar perbankan pun kian ketat. Belum lagi dengan dikeluarkannya PBI No. 4/ 1/ PBI/ 2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional, jumlah bank syariah pun kian bertambah dengan banyaknya UUS (Unit Usaha Syariah). Maka manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero), melalui rapat komite pengarah tim implementasi restrukturisasi Bank BTN tanggal 12 Desember 2003, manajemen Bank BTN menyusun rencana kerja dan perubahan anggaran dasar untuk membuka UUS agar dapat bersaing di pasar perbankan syariah.

Untuk mengantisipasi kecenderungan tersebut, maka PT Bank Tabungan Negara (Persero) pada Rapat Umum Pemegang Saham tanggal 16 Januari 2004 dan perubahan Anggaran Dasar dengan akta No. 29 tanggal 27 oktober 2004 oleh Epi Sulistyowati, SH Notaris di Jakarta yang ditandai dengan terbentuknya divisi syariah berdasarkan Ketetapan Direksi No 14/DIR/DSYA/2004. Pembentukan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Unit Usaha Syariah ini juga untuk memperkokoh tekad ajaran Bank BTN untuk menjadikan kerja sebagai bagian dari ibadah yang tidak terpisah dengan ibadah-ibadah lainnya. Selanjutnya Bank BTN Unit Usaha Syariah disebut "BTN Syariah" dengan motto "*Maju dan Sejahtera Bersama*".

Dalam pelaksanaan kegiatannya, Unit Usaha Syariah didampingi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertindak sebagai pengawas, penasehat dan pemberi saran kepada Direksi, Pimpinan Divisi Syariah dan Pimpinan Kantor Cabang Syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan prinsip Syariah. Pada bulan November 2004 dibentuklah struktur organisasi kantor cabang syariah PT. BTN. Dimana setiap kantor cabang syariah dipimpin oleh satu orang kepala cabang yang bertanggung jawab kepada kepala divisi syariah. Yang pada saat bersamaan Dirut Bank BTN meminta rekomendasi penunjukan DPS dan pada tanggal 3 Desember 2004, Dirut Bank BTN menerima surat rekomendasi DSN/MUI tentang penunjukan DPS bagi BTN Syariah. Yang pada tanggal 18 Maret 2005 resmi ditunjuk oleh DSN/ MUI sebagai DPS bagi BTN Syariah, yaitu Drs. H Ahmad Nazri Adlani, Drs. H Mohammad Hidayat, MBA, MBL dan Dr. H. Eddy M. Astiwara, MA, AAIJ, FIIS, CPLHI, ACS.

Pada tanggal 15 Desember 2004, Bank BTN menerima surat persetujuan dari BI, Surat No. 6/ 1350/ DPbs perihal persetujuan BI mengenai prinsip pembukaan KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank BTN. Maka tanggal inilah yang diperingati secara resmi sebagai hari lahirnya BTN Syariah. Yang secara sinergi melalui persetujuan dari BI dan Direksi PT. BTN maka dibukalah KCS Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005. Diikuti tanggal 25 Februari dengan dibukanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KCS Bandung kemudian 17 Maret 2005 dengan KCS Surabaya dan berturut-turut tanggal 4 dan 11 April 2005 KCS Yogyakarta dan Makasar dan pada bulan Desember 2005 dubukanya KCS Malang dan Solo.

Pada tahun 2007, Bank BTN telah mengoprasikan 12 (dua belas) Kantor Cabang Syariah dan 40 kantor layanan syariah (*Office Channeling*) pada kantor-kantor cabang dan cabang pembantu Konvensional kantor cabang Syariah tersebar dilokasi Jakarta, Bnadung, Surabaya, Yogyakarta, Makasar, Malang, Solo, Medan, Batam, Tangerang, Bogor dan Bekasi. Seluruh kantor cabang syariah ini dapat beroperasi secara *online-realttime* berkat dukungan teknologi informasi yang cukup memadai.

Produk BTN Syariah cukup beragam untuk memenuhi kebutuhan keluarga nasabah namun tetap fokus pada pembiayaan perumahan (diantaranya: KPR BTN Syariah dan Multiguna BTN Syariah untuk Kendaraan Bermotor).

BTN Syariah yang baru beroperasi kurang dari 3 (tiga) tahun membukukan laba pada tahun 2007 sebesar Rp. 3,579 miliar dengan asset Rp. 789,005 miliar dan pembiayaan Rp. 399,519 miliar serta berhasil mendapatkan beberapa penghargaan baik untuk kinerja tahun 2005 maupun pencapaian kinerja tahun 2007 yaitu:

1. *The Best Customer Service and Teller* dari Karim Business Consulting 2005.
2. *The Most Growing Earning Asset Market Share* Unit Usaha Syariah untuk kelompok asset > 100 milyar rupiah tahun 2006.
3. *The Best Sharia Unit (Overall)* peringkat ke 2 Unit Usaha Syariah untuk kelompok asset > 100 milyar rupiah tahun 2006.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

B. Visi dan Misi PT. BTN Syariah

Visi

"Menjadi Strategic Business Unit BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama."

Misi

1. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN
2. Memberikan pelayanan jasa keuangan syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.
3. Memberikan keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah.
- 37 Bank BTN. Kronologis Dokumen Pendirian BTN Syariah.
4. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *Shareholder Value*.¹⁴

¹³ Bank BTN Kronologis Dokumen Pendirian BTN Syariah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Landasan opsional BTN Syariah terdiri dari :

1. Al-Quran dan As-Sunnah sebagai landasan utama penerapan prinsip syariaah dalam kegiatan perekonomian
2. Fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) - MUI saat ini ada 49 fatwa tentang Lembaga Keuangan Syariah
3. Undang-Undang tentang Perbankan UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan terutama pasal 8 mengenai kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip syariah
4. PBI No. 4/ 1/ PBI/ 2002 tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah oleh Bank Umum Konvensional
5. PSAK (Persyaratan Standar Akuntansi Keuangan) No. 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah tentang Murabahah
6. PAPSI (Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia)

Nilai Dasar BTN Syariah

1. Taat melaksanakan dan mengamalkan ajaran Islam secara khusuk.
2. Selalu untuk menimba ilmu guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya demi kemajuan Bank BTN Syariah.
3. Mengutamakan kerjasama dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan Bank BTN Syariah dengan kinerja yang terbaik.

¹⁴ www.btn.co.id/id/Syariah/Visi/-Misi diakses pada tanggal 10 Maret 2019 pada pukul 18:44 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Selalu memberikan yang terbaik secara ikhlas bagi Bank BTN Syariah dan semua *stakeholders*, sebagai perwujudan dari pengabdian kepada Allah SWT.
5. Selalu bekerja secara profesional yang kompeten dalam bidang tugasnya.

Etika BTN Syariah

1. Patuh dan taat pada ketentuan syariah serta perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.
2. Melakukan pencatatan segala transaksi yang bertalian dengan kegiatan Bank BTN secara benar sebagai wujud dari profesionalisme dan sikap amanah.
3. Berlomba dalam kebaikan untuk memberikan yang terbaik kepada seluruh *stakeholder*.
4. Tidak menyalahgunakan wewenangnya untuk kegiatan pribadi.
5. Menghindarkan diri dari keterlibatan dalam pengambialan keputusan dalam hal terdapat pertentangan kepentingan.
6. Menjaga kerahasiaan nasabah dan Bank BTN.
7. Memperhitungkan dampak yang merugikan dari setiap kebijakan yang ditetapkan Bank BTN terhadap keadaan ekonomi, sosial, dan lingkungannya.
8. Tidak menerima hadiah atau imbalan yang memperkaya diri pribadi maupun keluarganya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

9. Tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra profesinya.¹⁵

Gambar dan Arti Lambang PT. Bank Tabungan Negara Syariah



Sumber: btn.co.id

Gambar dan Arti Lambang PT. Bank Tabungan Negara Syariah Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambang perusahaan. Lambang mempunyai arti penting karena lambang merupakan identitas bagi setiap perusahaan. Adapun lambang 38 perusahaan Bank Tabungan Negara Syariah terlihat pada gambar berikut:

Logo BTN mengambil pola Segi Enam. Pola ini mengambil bentuk Sarang Lebah, yang menyiratkan adanya kegiatan menabung pada masyarakat, sebagaimana halnya lebah yang selalu menyimpan madu perolehannya. Dengan lambang ini, BTN melaksanakan pembagunan nasional dengan mengerahkan dana masyarakat berbentuk tabungan. Pola ini juga menyiratkan "Atap Rumah" yang menjadi citra dan misi utama BTN, sebagai pelaksana KPR bagi masyarakat. Bentuk Logo dengan huruf kecil melambangkan sikap ramah dan

¹⁵ Skripsi, Cholidah Hanum, 2009, *Strategi Bank BTN Syariah Dalam Pembiayaan KPR Bermasalah (Studi Kasus Pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Jakarta)*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rendah hati. Ramah terhadap semua segmen bisnis yang dimasuki, menunjukkan keinginan yang besar untuk melayani dengan rendah hati (*Customer Focus*). Warna Huruf Biru Tua Biru melambangkan rasa nyaman, tenang, menyejukkan, warna ini umumnya dipakai oleh institusi di bidang jasa. Warisan luhur, stabilitas (*Command, memimpin*) dan serius (*Respect*) serta tahan uji (*Reliable*). Dasar pondasi yang kuat, berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat dipercaya, kehormatan yang tinggi (*Trust, Integrity*). Simbol dari spesialis (*Professionalism*). Bentuk Gelombang Emas Cair Gelombang emas cair sebagai simbol dari kekayaan finansial di Asia. Lengkungan emas sebagai metamorphosa dari sifat Agile, Progresif, Pandangan ke depan. (*Excellence*), fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinan yang akan datang. Warna Kuning Emas (kuning ke arah orange).

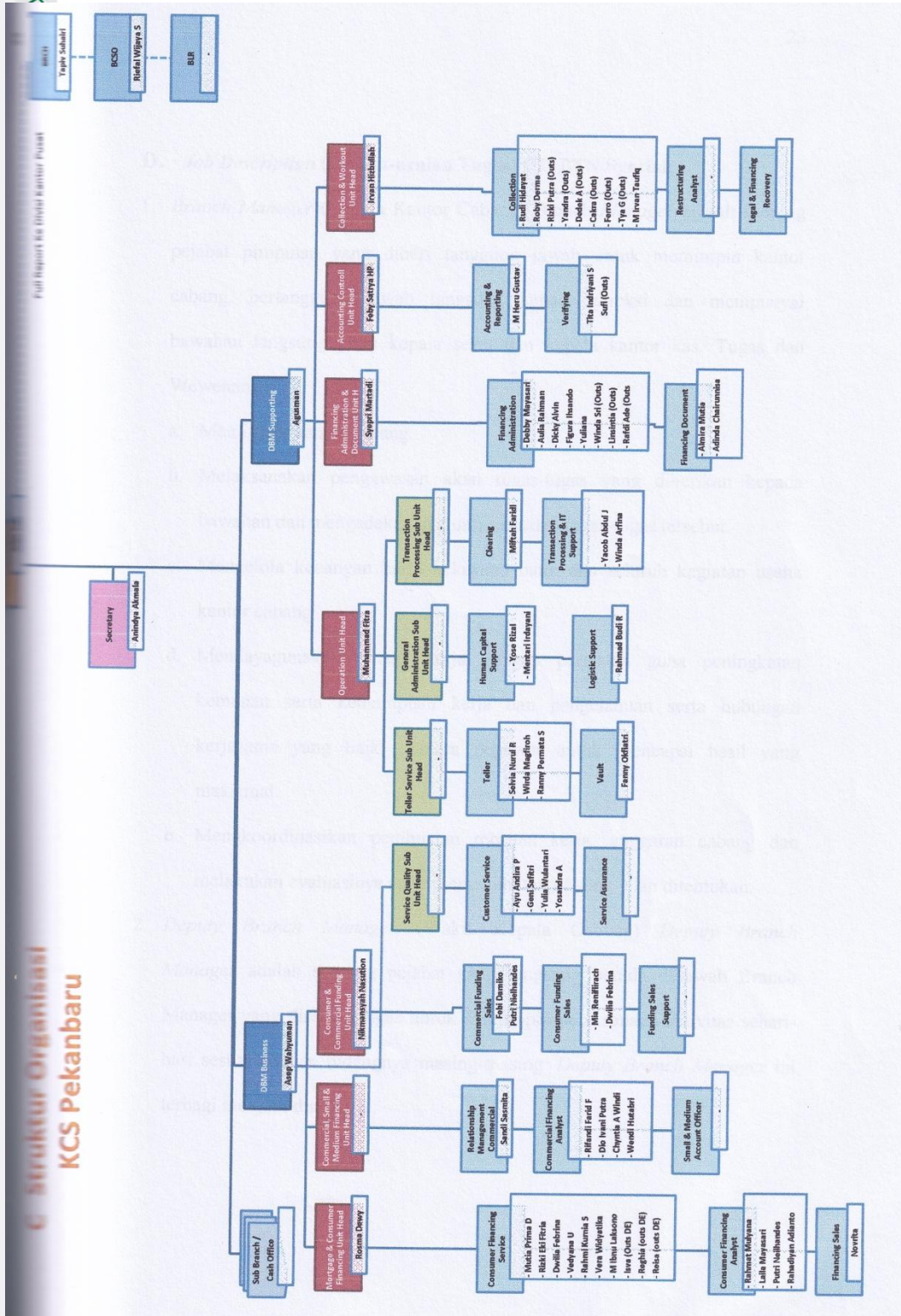
Warna logam mulia (emas) menunjukkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran, kekayaan sehingga menjadikan kita merasa tajam perhatiannya (warna yang menarik perhatian orang), aktif, kreatif dan meriah, warna spiritual dan melambangkan hal yang luar biasa warna ini juga ramah, menyenangkan dan nyaman. Warna ini diterima sebagai warna riang, membuat perasaan Anda bahwa masa depan lebih baik, cemerlang dan menyala-nyala.¹⁶

¹⁶ www.btn.co.id/id/Syariah/logo diakses pada tanggal 10 Maret 2019 pada pukul 18:37

Struktur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

D *Job Description (Uraian-uraian Tugas) PT. BTN Syariah*

1 *Branch Manager* (Kepala Kantor Cabang) *Branch Manager* adalah seorang pejabat pimpinan yang diberi tanggung jawab untuk memimpin kantor cabang, bertanggung jawab langsung kepada direksi dan mempunyai bawahan langsung yaitu kepala seksi dan kepala kantor kas. Tugas dan Wewenang :

- a. Memimpin kantor cabang.
- b. Melaksanakan pengawasan akan tugas-tugas yang diberikan kepada bawahan dan mengadakan evaluasi terhadap tugas-tugas tersebut.
- c. Mengelola keuangan harta kekayaan bank dan seluruh kegiatan usaha kantor cabang.
- d. Mendayagunakan tenaga kerja dengan peralatan guna peningkatan kemauan serta kemampuan kerja dan pengetahuan serta hubungan kerjasama yang baik diantara pegawai untuk mencapai hasil yang maksimal.
- e. Mengkoordinasikan pembuatan rencana kerja, anggaran cabang dan melakukan evaluasinya serta memenuhi target yang telah ditentukan.

2 *Deputy Branch Manager* (Wakil Kepala Cabang) *Deputy Branch Manager* adalah seorang pejabat yang langsung berada dibawah *Branch Manager* yang disertai tugas untuk memimpin pelaksanaan aktivitas sehari-hari sesuai dengan bidangnya masing-masing. *Deputy Branch Manager* ini terbagi menjadi dua yaitu :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Deputy Branch Manager Retail* (Kepala Seksi Pelayanan), Tugas dan wewenang :

- 1) Membina dan memberikan pengarahan kepada kepala *Teller service*, kepala *Customer Service* dan kepala *Loan Service*.
- 2) Menjamin kecepatan dan pelayanan tinggi dalam bidang *Loan Service*, *Customer service*, *Teller Service* dan Kantor Kas.
- 3) Menciptakan suasana kerja yang ramah, bersahabat, dapat dipercaya, disiplin dan dinamis demi pelayanan yang baik.
- 4) Merencanakan, mengorganisasikan, mendelegasikan dan mengontrol semua aktifitas bidang retail demi tercapainya target bidang pelayanan retail yang efisien dan efektif sehingga terwujud pertumbuhan asset dan keuntungan yang tinggi.
 - a) *Teller Service* / Layanan teller Transaksi Penyetoran & penarikan valas/non valas.
 - (1) Administrasi kas.
 - (2) Proses tunai & non tunai.
 - b) *Customer Service* / Layanan Nasabah
 - (1) Penjualan/*Marketing* produk dana-, pembiayaan & jasa.
 - (2) Informasi kepada nasabah.
 - (3) Pembukaan/penutupan rekening.
 - (4) Administrasi kartu ATM.
 - (5) Klaim Nasabah Dana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) *Financing Service and Account Officer* / Layanan Pembiayaan.

- (1) Permohonan Pembiayaan.
- (2) Pelunasan Pembiayaan.
- (3) Klaim Nasabah Pembiayaan.

b. *Deputy Branch Manager Operation* (Kepala Seksi Operasional) Tugas dan Wewenang :

- 1) Mengelola operasional harian cabang untuk menjamin efektifitas dan efisiensi.
- 2) Menjamin standar kualitas dalam bidang Pemrosesan Transaksi, Administrasi Kredit dan Administrasi Umum Cabang.
- 3) Menjamin produktifitas dan kapabilitas pegawai bidang operasional.

a) *Trans Processing* / Pemrosesan Transaksi

- (1) Administrasi dana
- (2) Entry data
- (3) Kliring
- (4) Proses Khusus (Pajak, ATM, Cek, dll)
- (5) Pemeliharaan Hardware/Software

4) *Financing Admin/Administrasi Pembiayaan Administrasi Pembiayaan.*

- (1) Dokumentasi Pembiayaan.
- (2) Dukungan Adm terhadap Financing Service

5) *General Branch Admin / Umum dan Personalia.*

- a) Manajemen Kepegawaian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Pengelolaan anggaran / KPA.
- c) Logistik
- d) Manajemen Arsip & Surat menyurat.
- e) Protokoler / Kesekretariatan.

c. *Accounting & Control* / Akuntansi dan kontrol

- 1) Internal Kontrol Cabang.
- 2) Mengelola bukti-bukti transaksi.
- 3) Menyiapkan laporan untuk pihak ekstern/intern.
- 4) Sebagai koordinator RKAP.
- 5) Sebagai koordinator dalam Pemeriksaan Auditor *Intern/Ekstern*.

d. *Financing Recovery* / Pembinaan & Penyelesaian Pembiayaan

- 1) Pembinaan pembiayaan.
- 2) Restrukturisasi Pembiayaan.
- 3) Penyelesaian Pembiayaan.
- 4) Produk-Produk Bank BTN Syariah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Pekanbaru dalam melakukan kegiatan dan bidang usaha secara garis besar meliputi penghimpunan dana dan pembiayaan.¹⁷

Produk dan Jasa PT. BTN Syariah

Produk-produk yang ditawarkan Bank BTN Syariah terdiri dari tiga produk, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa.

¹⁷ Laporan Magang, Arif Mulyo Darmawan, 2018, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1 Produk-produk Penghimpunan Dana (*Funding*) BTN Syariah senantiasa berinovasi dengan meluncurkan beragam produk berbasis syariah. Sebagai sarana pendukung bisnis terpercaya, BTN Syariah menawarkan berbagai macam transaksi perbankan yang menguntungkan. Adapun produk dan jasa unggulan BTN Syariah selengkapnya adalah sebagai berikut:

- a. Tabungan Batara iB Produk Tabungan sebagai media penyimpanan dana dalam rupiah dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu *Wadi'ah*.
- b. Tabungan BTN Prima iB Produk Tabungan sebagai media penyimpanan dana dalam rupiah dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu *Mudharabah* (Investasi).
- c. Tabungan BTN Batara Haji dan umroh iB Produk Tabungan Haji BTN Syariah, sebagai sarana penyimpanan dana untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) calon Jemaah haji, dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu *Mudharabah* (Investasi), bank menjanjikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah atas simpanannya. Manfaat dan keuntungan tabungan ini adalah:
 - 1) Memperoleh nomor porsi apabila saldo telah mencapai syarat saldo minimal yang ditetapkan Depag.
 - 2) Bebas biaya administrasi.
 - 3) Mendapat imbalan bagi hasil yang menarik sesuai dengan nisbah yang disepakati bersama. Ketentuan tabungan ini adalah:
 - a) Minimal setoran awal sebesar Rp. 100.000

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b) Minimal setoran selanjutnya sebesar Rp. 100.000
 - d. Giro BTN iB adalah sebagai sarana pendukung bisnis terpercaya, dengan menawarkan transaksi perbankan yang menguntungkan melalui Giro Batara iB.
2. Produk-produk Penyaluran Dana (*Lending*)
- a. KPR BTN iB (Kredit Pembiayaan Rumah) Adalah produk pembiayaan BTN Syariah yang ditujukan bagi perorangan, untuk pembelian rumah, ruko, apartemen baik baru maupun lama. Akad yang dipergunakan adalah *Murabahah* (jual beli).
 - b. KPR Indensya iB Adalah fasilitas pembiayaan KPR berdasarkan akad *Isthisna* (jual beli atas dasar pesanan), diperuntukan bagi pemohon perorangan yang akan membeli rumah dari Bank, yang dibangun oleh pengembang sesuai dengan pesanan dari nasabah.
 - c. Kendaraan Bermotor BTN iB Adalah Produk pembiayaan dalam rangka pembelian kendaraan bermotor (mobil dan sepeda motor) bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *Murabahah* (jual beli).
 - d. Modal Kerja BTN iB Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja nasabah lembaga/perusahaan dengan menggunakan prinsip akad *Mudharabah* (bagi hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah.
 - e. Pembiayaan Kontruksi BTN iB Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja pengembang perumahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk membangun proyek perumahan dengan menggunakan prinsip akad *Musyarakah* (bagi hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah.

- f. Investasi BTN iB Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja barang modal (*capital expenditure*) perusahaan/lembaga dengan menggunakan prinsip akad *Murabahah* (jual beli) dan/atau *Musyarakah* (bagi hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah
- g. Tunai Emas BTN iB Tunai Emas BTN iB adalah pinjaman kepada nasabah berdasarkan Prinsip *Qardh* yang diberikan oleh Bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan, yang disertakan dengan Surat Gadai sebagai penyerahan *Marhun* (Barang Jaminan) untuk jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada Bank.
- h. KPR BTN Sejahtera iB (FLPP) merupakan produk pembiayaan BTN Syariah guna pembelian rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan menggunakan prinsip jual beli (*akad murabahah*).
- i. Multimanfaat BTN iB merupakan pembiayaan konsumtif perorangan yang ditunjukkan khusus bagi para pegawai dan pensiunan yang manfaat pensiunnya dibayarkan melalui jasa Payroll BTN Syariah. Multimanfaat BTN iB digunakan untuk keperluan pembelian berbagai jenis barang yang bermanfaat sesuai kebutuhan dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, seperti barang elektronik, furniture dan alat rumah tangga, serta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

barang kebutuhan lainnya. Akad yang digunakan adalah akad jual beli (*murabahah*).

- j. Multijasa BTN iB merupakan pembiayaan yang dapat digunakan untuk keperluan mendanai berbagai kebutuhan layanan jasa bagi Nasabah seperti : Paket biaya pendidikan, Paket biaya pernikahan, Paket biaya travelling (perjalanan wisata), Paket biaya umroh/haji plus, Paket biaya kesehatan, Paket biaya jasa lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah.

3. Produk Jasa

- a. *Pay Roll* BTN iB bentuk layanan pembayaran gaji karyawan bagi perusahaan/lembaga lainnya dengan melalui ATM BTN Syariah, Manajemen administrasi dan keuangan yang dapat dilakukan secara tertib, aman dan akurat karena resiko kesalahan hitung atau kesalahan administrasi gaji menjadi tanggung jawab bank.
- b. SPP Online BTN iB fasilitas pengelolaan dana bagi perguruan tinggi untuk bisa meningkatkan layanan kepada mahasiswa yang tersebar diseluruh Indonesia dalam penerimaan SPP secara *real time online* sehingga dapat memperoleh informasi keuangan dan administrasi Pembayaran secara cepat dan lengkap.¹⁸

¹⁸ www.btn.co.id/id/Syariah/Produk/-Dana Diakses pada tanggal 10 Maret 2019 pada pukul 18:43 WIB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* yang diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Pada konteks awalnya, strategi diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial budaya dan agama.¹⁹

Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.²⁰

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan.²¹

¹⁹ Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hlm. 199.

²⁰ Mamduh M. Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Unit Penerbit, 2003), hlm. 136.

²¹ Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 57.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sukristono mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana yang akan dilakukan untuk mencapai misi perusahaan, adapun definisi misi adalah sasaran yang ingin dicapai.²² Misi bisa dikatakan sebagai inti strategi.

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5 P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), prespektif (*prespectife*), dan permainan atau taktik (*play*).

- a. Strategi adalah Perencanaan (*Plan*) Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan, atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan. Yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.
- b. Strategi adalah Pola (*Patern*) Menurut Mintzberg strategi adalah pola, yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*”, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena telah dilakukan oleh perusahaan.
- c. Strategi adalah Posisi (*Position*) Yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang di tuju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke satu titik

²² Sukristono, *Perencanaan Strategis Bank*, Edisi 2, (Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1992), hlm. 336

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- bidik di mana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.
- d. Strategi adalah Prespektif (*Prespektif*) Jika dalam P kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam prespektif cenderung melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi.
 - e. Strategi adalah Permainan (*Play*) Menurutnya strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.²³

2. Definisi Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran bersangkut paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari kebanyakan orang. Melalui proses tersebut, suatu produk dan jasa diciptakan, dikembangkan dan didistribusikan pada masyarakat.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, pemasaran merupakan “*a social process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*”. Sedangkan William J. Stanton menyimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu sistem

²³ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001), hlm. 129.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan *existing customer and potential customer*.

Definisi lain mengungkapkan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran berusaha menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan perusahaan.²⁴

3. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950-an. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan perusahaan dalam usahanya mencapai tujuan yang ditetapkan.

²⁴ Ikatan Bankir Indonesia, dkk, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), Edisi ke-1, hlm. 115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane K, konsep inti dari kegiatan pemasaran adalah:

- a. Kebutuhan, keinginan dan permintaan.
- b. Produk (jasa dan barang)
- c. Nilai, biaya dan kepuasan
- d. Pertukaran, transaksi dan hubungan
- e. Pasar
- f. Pemasaran, pemasar dan prospek.²⁵

Seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan, dan harus menjadi komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bijaksana kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari seorang pemasar seharusnya berbobot. Al-Qur'an menyebutnya dengan istilah *qaulan sadidan* (pembicaraan yang benar dan berbobot).

4. Definisi Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti

²⁵ M. Nur Rianti Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), hlm. 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.²⁶

Bygrave mendefinisikan strategi pemasaran sebagai kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.²⁷

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan perusahaan, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran.

Firman Allah SWT tentang pemasaran:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٥﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٦﴾ ۝

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar, Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan

²⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 6.

²⁷ Ismail Yusanto dan M. Karabet Widjayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: GE, 2002), hlm.169.



barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia Telah mendapat kemenangan yang besar. (QS. Al-Ahzab : 70-71)²⁸

B. Strategi Pemasaran Bank

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya saja yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki karakteristik tersendiri. Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, produk yang diperjualbelikan merupakan jasa keuangan, maka perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya. Perbedaannya terdapat di karakteristik produknya, di mana produk yang dijual oleh bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual tidak dapat dilihat secara nyata namun dapat dirasakan oleh nasabah.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.²⁹

Dalam menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran bank dapat melakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada dan bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk

²⁸ Al-quran, 33:70-71.

²⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm.63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membuka cabang-cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi.

1. Langkah-langkah strategi pemasaran

1) *Segmentation*

Segmentasi adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang membedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran secara terpisah.

Segmentasi pasar dapat juga diartikan bermacam-macam kategori atau karakteristik pasar. Misalnya, segmentasi daerah pemasaran, ukuran pasar, kelompok, pendapatan, status sosial masyarakat dan sebagainya.³⁰

Adapun tujuan dilakukannya segmentasi pasar ialah:

- a) Agar sumber daya yang ada dapat dimanfaatkan dengan baik.
- b) Agar kegiatan organisasi pemasaran lebih terarah sehingga dapat menentukan segmen mana yang lebih diutamakan.
- c) Agar perusahaan lebih kompetitif.

2) *Targeting*

Setelah menentukan segmentasi, maka perlu menargetkan pasar. Pasar sasaran terdiri dari sekumpulan pembeli yang mempunyai kebutuhan atau karakter yang sama, yang ingin dilayani

³⁰ Soekartiwi, *Manajemen Pemasaran dalam Bisnis Modern*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993), hlm. 47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh perusahaan.³¹ Yang dilakukan dalam menargetkan pasar ialah yang pertama mengevaluasi segmen pasar, meliputi ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data usia nasabah, pendapatan dan jenis kelamin. Lalu yang kedua adalah memilih segmen.

3) *Positioning*

Memposisikan produk bank syariah sangatlah penting guna mengetahui bagaimana nasabah memersepsikan produknya ditengah pesaing yang berimpilasi terhadap kemampuan inovasi. Sebab persaingan memperebutkan nasabah tidak dilakukan di pasar, tetapi di benak konsumen.

4) *Marketing Mix*

Menurut Saladin *marketing mix* adalah “serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.”

Bauran pemasaran suatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri atas 4 kelompok yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

Marketing Mix atau bauran pemasaran adalah variabel-variabel yang akan diawasi yang disusun oleh perusahaan tersebut untuk memuaskan kelompok yang ditarget.³²

Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari:

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997) Edisi 7, hlm. 13.

³² Cannon dkk, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, Terj. Afia R. Fitriati dan Ria Cahyani, (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 16, 2008), hlm. 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Produk (*Product*)

Menurut Simorangkir, produk perbankan adalah instrumen atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk dengan memperhatikan sistem, prosedur, layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank, dan dukungan teknologi serta peralatan yang memadai.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah:

1. Menentukan tujuan penetapan harga.
2. Memperkirakan permintaan, biaya, dan laba.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar.
 4. Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.
- c. Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi atau distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa.

- d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik berupa produk, harga, lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak, ada empat macam sarana promosi yang dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.³³

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan antara lain:

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- a. Pemasangan *Billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis;
- b. Pencetakan Brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan;
- c. Pemasangan Spanduk di lokasi tertentu yang strategis;
- d. Melalui Koran;
- e. Melalui Majalah;
- f. Melalui Televisi;

³³ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), Edisi Revisi, hlm. 51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Melalui Koran;

h. dan menggunakan media lainnya.³⁴

2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan dilakukan untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pelanggan agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar pelanggan tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang menarik mungkin.

3. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor perusahaan diminta para konsumennya. Karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi.³⁵

4. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan akhir,

³⁴ Kasmir, Op.Cit., hlm. 177.

³⁵ Kasmir dan Jakfar, Op. Cit., hlm. 60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung. Saat kontak langsung itulah dapat digali beberapa hal untuk kegiatan pemasaran lainnya.

Beberapa bank melakukan personal selling dengan melakukan penjualan langsung ke pelanggan dari rumah ke rumah (*door to door*), bahkan beberapa bank sengaja merekrut tenaga untuk dididik melakukan *personal selling*. Bank yang lain melakukan dengan menyewa perusahaan penyedia tenaga kerja *outsourcing* untuk melakukan *personal selling*. Agar efektif, *personal selling* yang dilakukan oleh tenaga *outsourcing* harus didampingi oleh pejabat atau karyawan bank. Hal ini untuk mendapatkan momen yang sangat berharga yaitu saat menangkap ekspresi dan respon dari pelanggan.³⁶

Pemasaran dalam Pandangan Islam

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai Pemasaran Syariah ini sendiri ditelurkan oleh dua orang pakar dibidang Pemasaran dan Syariah. Mereka adalah Hermawan dan Kertajaya, salah satu dari lima puluh orang guru telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad Syakir Sula, salah satu dari enam pemegang gelar

³⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Edisi 1, Cet. Ke-1, hlm. 140.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

profesional ahli Asuransi Syariah juga CEO Batasa Tazkia sebuah Konsultan Syariah yang cukup dikenal dikalangan perbankan dan Asuransi Syariah.

Mereka memberikan definisi untuk Pemasaran Syariah (*Marketing Syariah*), adalah sebagai berikut:

Sharia Marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and changing value from one initiator to its stakeholders, and the whole process should be in accordance with muamalah principles in Islam.

Jika diterjemahkan pengertian dari *Sharia Marketing* di atas adalah sebagai berikut; *Marketing Syariah* adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islami.

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula memberikan dua tujuan utama dari *Marketing Syariah* atau Pemasaran Syariah, yaitu:

1. Me-*Marketing*-kan Syariah

Dimana perusahaan yang pengelolaannya berlandaskan syariah Islam menuntut untuk bisa bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis. Juga dibutuhkan suatu program pemasaran yang komprehensif mengenai nilai dan *value* dari produk-produk syariah agar dapat diterima dengan baik, sehingga tingkat pemahaman masyarakat yang masih memandang rendah terhadap diferensiasi yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbasis syariah.

- Men-syariah-kan *Marketing*

Dengan mensyariahkan *marketing*, sebuah perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja tetapi juga karena



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifur Razi

usaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu *values* kepada para *stakeholder* utamanya (Allah SWT, konsumen, karyawan, pemegang saham). Sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya dan menjadi bisnis yang *sustainable*.³⁷

Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan image perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang memandang unsur-unsur yang dilarang oleh agama. Kertajaya yang dikutip oleh Bukhari Alam dan Donni Juni Priansa menyatakan bahwa karakteristik pemasaran Islami terdiri dari beberapa unsur yaitu: ketuhanan, etis, realistis dan *humanistis*.³⁸ Muhammad dalam bukunya “Etika Bisnis Islam” bahwa Etika pemasaran dalam konteks produk meliputi:

- a. Produk yang halal dan *thoyyib*
- Produk yang berguna dan dibutuhkan
- Produk yang berpotensi ekonomi dan *benefit*
- Produk yang bernilai tambah tinggi
- Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
- Produk yang dapat memuaskan masyarakat.³⁹

³⁷ <http://digilib.uinsby.ac.id/7915/4/bab%.pdf> (diakses tanggal 7 Januari 2020)

³⁸ Bukhari Alam dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta), hlm. 350.

³⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), hlm. 101.

D. Produk dan Tabungan

1. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁴⁰

Secara umum definisi produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sedangkan pengertian produk menurut Philip Kotler adalah

“Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”

Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.⁴¹

Sesuai dengan definisi di atas, produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, berikut:

- a. Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain.

⁴⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo. 2006), hlm. 174.

⁴¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 135-136.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Produk yang tidak berwujud, biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat kegiatan, organisasi, dan ide-ide.⁴²

Sebenarnya secara umum terdapat banyak produk yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan Bank untuk dapat menjalankan usahanya.

2. Pengertian Tabungan

Tabungan adalah produk bank yang dimaksudkan sebagai rekening penampung kelebihan dana nasabah setelah digunakan untuk konsumsi atau untuk operasional usaha. Sebagai rekening penampung kelebihan dana maka rekening tabungan bersifat tidak terlalu likuid dan perputaran keluar masuk dananya tidak begitu sering. Ada batasan pengambilan baik dalam jumlah maupun dalam frekuensi.⁴³

Pengertian Tabungan Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh penabung sewaktu-waktu pada saat dikehendaki dan menurut syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh bank penyelenggara. Tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴⁴

Syarat-syarat yang dimaksud antara lain ialah:

⁴² Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UI Press, 2002), hlm. 30.

⁴³ Sentot Imam Wahjono, *Op. Cit.*, hlm. 92.

⁴⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Edisi Revisi, Cet. Ke-7, hlm. 74.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi kantor bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut dan tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro dan surat perintah pembayaran lainnya yang sejenis.
- b. Penarikan tidak boleh melebihi jumlah tertentu sehingga menyebabkan saldo tabungan lebih kecil dari saldo minimum, kecuali penabung tidak akan melanjutkan tabungannya.

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antara satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini pula dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung.⁴⁵

E. *Mudharabah Mutlaqah*

Mudharabah Mutlaqah yaitu penyerahan modal tanpa syarat. Pengusaha atau mudharib bebas mengelola modal itu dengan usaha apa saja yang menurutnya akan mendatangkan keuntungan dan di daerah mana saja yang mereka inginkan. Dalam bank teknik *Mudharabah Mutlaqah* adalah kerjasama antara *shahibul maal* dengan *mudharib* atau nasabah yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati.⁴⁶ Dalam praktiknya berbentuk produk perbankan yaitu tabungan.

⁴⁵ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Edisi Revisi, Cet. Ke-3, hlm. 84.

⁴⁶ Mansur, *Seluk Beluk Ekonomi Islam*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2009), hlm. 83.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabungan Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

F. Haji dan Umroh

1. Pengertian Haji

Pengertian haji dapat ditinjau melalui dua segi, yaitu dari segi bahasa dan istilah. Haji menurut bahasa berarti menyengaja untuk mengunjungi. Sedangkan haji menurut istilah, berarti mengunjungi Ka'bah untuk beribadah kepada Allah dengan beberapa hukum, syarat dan kewajiban tertentu, serta dikerjakan pada waktu tertentu pula.

Haji merupakan rukun islam kelima yang wajib dikerjakan oleh setiap muslim, baik laki-laki maupun perempuan apabila telah memenuhi syarat-syaratnya. Adapun kewajiban haji bagi setiap muslim hanya sekali dalam seumur hidup.⁴⁷

Ibadah haji dalam syariat Islam yang disampaikan Nabi Muhammad SAW, mengajarkan upacara-upacara peribadatan yang sangat jelas hubungannya dengan syariat yang disampaikan Nabi Ibrahim. Hal ini meyakinkan umat islam, bahwa agama yang dianutnya bukan agama yang sama sekali baru, tapi agama yang merupakan kelanjutan dari agama tauhid Ibrahim as.⁴⁸

⁴⁷ H. Moh. Rifa'i, *Fiqh Islam Lengkap*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2014), hlm. 336

⁴⁸ Hasbiyallah, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 263.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a) Hukum Haji

Menunaikan haji hukumnya wajib bagi setiap muslim yang telah memenuhi syarat-syaratnya. Kewajiban haji adalah sekali dalam seumur hidup, barang siapa yang mengingkarinya maka ia murtad, sedang selebihnya adalah sunah dan tidak ada larangan.⁴⁹ Hal tersebut berdasarkan firman Allah SWT, dalam surah Ali 'Imran ayat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ
مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim[215]; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah Dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah[216]. barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. (QS. Ali 'Imran/3:97)⁵⁰

b) Syarat haji

Syarat-syarat wajibnya haji ialah:

- a. Islam
- b. Baligh
- c. Berakal
- d. Merdeka
- e. Kuasa (mampu)

Yang dimaksud dengan kuasa (mampu) ialah:

⁴⁹ Zakiah Darajat, *Ilmu Fiqh*, Jilid 1, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), hlm.

⁵⁰ Al-quran, 3:97.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Cukup bekalnya untuk pulang pergi serta cukup pula nafkah bagi keluarga yang ditinggalkan, dan jika berutang, maka segala utangnya harus telah dibayar.
- 2) Ada kendaraan bagi orang yang datang dari luar kota Mekah, sesuai dengan keperluannya dan aman.
- 3) Bagi perempuan bersama muhrimnya, yaitu suaminya, ibu-bapak atau perempuan yang dipercaya.⁵¹

c) Rukun Haji

Rukun haji adalah amalan yang harus dilaksanakan dalam ibadah haji dan tidak dapat diganti dengan lain, walaupun dengan *dam*. Jika amalan tersebut ditinggalkan, maka hajinya tidak sah. Rukun-rukun haji adalah sebagai berikut:

1. *Ihram*. Memakai pakaian *ihram* disertai dengan niat.
2. Wukuf di Arafah. Jamaah yang tidak wukuf, berarti tidak mengerjakan haji. Nabi SAW bersabda: "*Haji itu hadir di Arafah*". Waktu wukuf dimulai dari mulai tergelincir matahari pada tanggal 9 Dzulhijjah sampai terbit fajar tanggal 10 Dzulhijjah setelah melaksanakan khotbah wukuf
3. Tawaf *Ifadhah*. Tawaf adalah berputar mengelilingi Ka'bah sebanyak 7 kali dengan menjadikannya di sebelah kiri orang bertawaf.

⁵¹ H. Moh. Rifa'i, Op.Cit., hlm. 340.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Sa'i*. *Sa'i* adalah berlari-lari kecil dari bukit Shafa ke bukit Marwah sebanyak 7 (tujuh) kali.
5. *Tahallul*. *Tahallul* adalah proses penghalalan atau pembebasan setelah melaksanakan rukun-rukun haji dengan cara mencukur atau menggunting rambut bagi laki-laki dan wanita paling sedikit tiga helai.
6. *Tertib*, yakni berurutan sesuai urutan rukun haji.⁵²

2. Pengertian Umroh

Dilihat dari segi bahasa, umroh memiliki arti “ziyarah dan meramaikan”, meramaikan tempat-tempat tertentu. Dalam bahasa Indonesia, terdapat istilah “makmur” dan “takmir” (masjid). Makmur dalam arti negara yang ramai oleh berbagai sumber daya dan bisa mensejahterakan rakyatnya. Takmir masjid berarti usaha panitia untuk membuat masjid ramai oleh kegiatan-kegiatan yang positif dan banyak mendapat kunjungan jamaahnya.

Secara istilah, umroh adalah meramaikan Masjid Al-haram, yang di dalamnya terdapat Ka'bah dengan cara berirham, tawaf, *sa'i*, dan *tahallul*.

Dalam *fiqh*, setiap umat Islam wajib melaksanakan satu kali seumur hidup. Tetapi jika orang sudah berhaji, maka dengan sendirinya dia telah berumrah. Sebab umroh menjadi bagian dari pelaksanaan haji.

⁵² Hasbiyallah, Op.Cit., hlm. 265.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebaliknya, orang yang hanya melaksanakan umroh belum bisa disebut berhaji.⁵³

a) Waktu pelaksanaan Umroh

Menurut para ulama waktu mengerjakan umroh adalah tidak terikat oleh waktu tertentu, dapat dilakukan setiap waktu sesuai dengan kesempatan dan kesanggupan orang yang hendak melaksanakannya, kecuali waktu yang dimakruhkan melaksanakan umroh, yaitu pada saat jamaah haji wukuf di arafah, hari nahar (10 dzulhijjah) dan hari tasyrik.

b) Syarat Umroh

Adapun syarat dalam melaksanakan umroh adalah sebagai berikut:

- a. Islam
- b. *Baligh* (dewasa)
- c. *Aqil* (berakal sehat)
- d. Merdeka
- e. Istitha'ah (mampu)⁵⁴

Apabila tidak memenuhi syarat ini, maka gugurlah kewajiban umroh seseorang.

c) Rukun Umroh⁵⁵

Para ulama menetapkan rukun umroh sebanyak lima perkara, yaitu:

⁵³ Ibid., hlm. 268

⁵⁴ Departemen Agama RI, *Bimbingan Manasik Haji*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umroh, 2003), hlm. 17

⁵⁵ Hasbiyallah, Op. Cit., hlm. 270-271.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Niat umroh dengan memakai pakaian ihram dari miqat. Miqat jamani bagi jamaah umroh adalah sepanjang tahun. Adapun miqat makani, bagi jamaah umroh yang dari Madinah, maka harus berniat umrah dari miqat Bir Ali. Sedangkan bagi jamaah umroh yang sudah berada di Mekah atau penduduk Mekah, maka ketika akan melaksanakan umroh harus mengambil miqat di Ja'ronah atau Tan'im;
- b. Melaksanakan tawaf tujuh putaran mengelilingi Ka'bah;
- c. Sa'i antara bukit Shafa dan Marwah;
- d. Tahallul; dan
- e. Tertib

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru pada produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB yaitu dengan memilih merumuskan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi *Segmentatiton, targeting dan positioning*. Selain itu, dengan mengembangkan strategi pemasaran *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat yang mana dengan menggunakan perumusan startegi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas nasabah.
2. Yang menjadi faktor pendukung perkembangan produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB yaitu: (1) masyarakat Indonesia mayoritas Muslim, (2) semua Muslim memiliki niat untuk naik haji dan umroh, (3) prosedur pembukaan tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB tidak rumit, (4) setoran awal ringan. Sedangkan faktor penghambat produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB yaitu: (1) persaingan, (2) kualitas karyawan yang belum paham terhadap produk-produk syariah sehingga perlu pelatihan-pelatihan khusus agar karyawan dapat memahami bank syariah tersebut. (3) Masyarakat belum banyak



mengetahui produk syariah pada PT. BTN Syariah (4) Sebagian besar masyarakat Pekanbaru masih kurang mampu.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari laporan magang yang telah tersusun, saran yang dapat diberikan adalah :

1. Tetap berupaya menjadikan produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB sebagai produk unggulan walaupun bukan domainnya
2. Diharapkan kepada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru bisa lebih mengenalkan produk PT. BTN Syariah yang berlandaskan pada prinsip syariah kepada masyarakat.
3. PT. BTN Syariah untuk kedepan dapat meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga dapat bersaing pada bank-bank lainnya dan yang terpenting visi dan misi PT. BTN Syariah dapat tercapai.
4. Segera lakukan evaluasi total apabila dirasa target penjualan belum dapat maksimal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Bukhari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Praktis Syariah dan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Cet. Ke-1. Bandung: Alfabeta
- Ali Muhammad. 1993. *Strategi Penelitian Pendidikan*, Cet. Ke-10. Bandung: Angkasa
- Antonio, Muhamad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cannon, dkk. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat
- Bank BTN Kronologis Dokumen Pendirian BTN Syariah
- Darajat, Zakiah. 1995. *Ilmu Fiqh*, Jilid 1. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf
- Darmawan, Arif Mulyo. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang (Laporan Magang)*. Semarang (ID): UII
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2013. *Al-Hikmah, Al-qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro
- Departemen Agama RI. 2003. *Bimbingan Manasik Haji*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah
- Gisting, Nembah F.Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Yrama Widya.
- Haji, Sutrisno. 1993. *Metode Research Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset
- Haafiz, Mamduh M. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Haum, Cholidah. 2009. *Strategi Bank BTN Syariah Dalam Pembiayaan KPR Bermasalah (Studi Kasus Pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Jakarta)(Skripsi)*. Jakarta (ID): UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Hasbiyallah. 2013. *Fiqh dan Ushul Fiqh*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hikmat, DR. Mahi M. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Garaha Ilmu
- Ilmi, Makhalul. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Iktan Bankir Indonesia, dkk. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Edisi ke-1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. 2004. Jakarta: Kencana
- Kasmir. *Kewirausahaan*. 2006. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi, Cet. Ke-7. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2003. *Dasar-dasar Perbankan*. Edisi Revisi, Cet. Ke-3. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revisi. Jakarta: Prenadamedia Group
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997
- Life, Kevin. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Mansur. 2009. *Seluk Beluk Ekonomi Islam*. Salatiga: STAIN Salatiga Press
- Meleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mhammad. 2001. *Etika Bisnis Islami*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- M Hum, Suwartono. 2014, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Nasution, Nikmansyah. 2019, “Kendala-kendala yang dihadapi oleh bank dalam pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB” *Hasil Wawancara Pribadi*: 19 Maret 2019, PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.



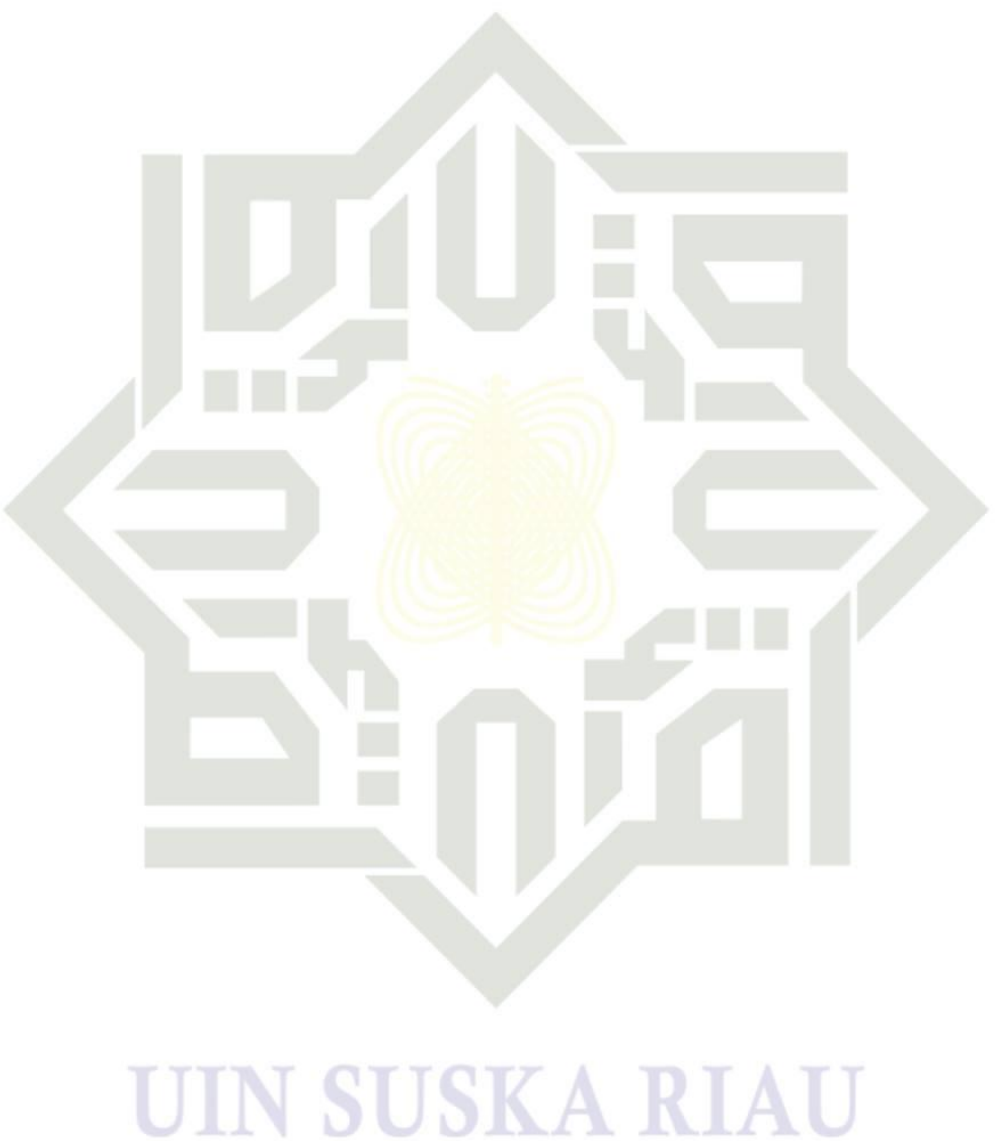
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Rahmatudin dan Manna Abdul Djaliel. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia
- Reni Firach, Mia. 2019. "Produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB". *Hasil Wawancara Pribadi*: 18 Maret 2019, PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.
- Rifa'i, H. Moh. 2014. *Fiqh Islam Lengkap* Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang
- Soekartawi. 1993. *Manajemen Pemasaran dalam Bisnis Modern*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Sudrajat, Setyo. 1994. *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: InfoBank
- Sukristono. 1992. *Perencanaan Strategis Bank*, Edisi 2. Jakarta: Institut Bankir Indonesia
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria
- Susilo, Hendri. 2019. "Strategi Pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB". *Hasil Wawancara Pribadi*: 18 Maret 2019, PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru
- Tjiptono, Fandi. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2002
- Undang-Undang R.I. Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Keimigrasian dan Perpu Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji. Bandung: Citra Umbara
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi 1, Cet. Ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yusanto, Ismail dan M. Karabet Widjayakusuma. 2012. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: GIP
- <http://digilib.uinsby.ac.id/7915/4/bab%.pdf>
- <https://www.btn.co.id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/produk-dana/Tabungan/Tabungan-BTN-Haji-dan-Umroh-iB>
- <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>
- <https://www.syariahbank.com/tabungan-btn-haji-ib-dari-btn-syariah/>



www.btn.co.id/id/Syariah/Visi/-Misi
www.btn.co.id/id/Syariah/logo
www.btn.co.id/id/Syariah/Produk/-Dana
www.btn.co.id

© Hak Cipta dan Hak Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN

Judul : Strategi Pemasaran Produk BTN Batara Haji Dan Umroh iB Pada
PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

Narasumber : 1. Nikmansyah Nasution (*Consumer & Commercial Funding
Unit Head*)

2. Hendri Susilo (*Service Quality Unit Head*)

3. Mia Reniflirach (*Consumer Funding Sales*)

Tempat : PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

Waktu : 18-19 Maret 2019

Pertanyaan :

Wawancara kepada Bapak Nikmansyah Nasution, selaku *Consumer & Commercial Funding Unit Head* di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

1. Bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan BTN Batara Haji Dan Umrah iB ?
2. Strategi pemasaran apa yang digunakan dalam produk tabungan BTN Batara Haji Dan Umrah iB ?
3. Strategi apa yang lebih efektif dalam memasarkan produk tabungan BTN Batara Haji Dan Umrah iB ?
4. Apakah menurut Anda kualitas produk BTN Batara Haji Dan Umrah iB sudah memenuhi kebutuhan nasabah?
5. Dengan strategi pemasaran ini bagaimana hasil yang telah diperoleh dari PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru ?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

6. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru?
7. Dalam hal tempat, apakah letak PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru sudah sesuai dengan strategi pemasaran?

Wawancara kepada Bapak Hendri Susilo, selaku *Service Quality Unit Head* di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

1. Dalam 4P atau yang disebut *Marketing Mix*/bauran pemasaran, Jelaskan Menurut Anda Strategi Produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB ?
2. Dalam hal promosi, bagaimana PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru melakukan promosinya? Dan sarana/alat apa saja yang digunakan ?
3. Strategi apa saja yang telah dilakukan dilakukan dalam bauran pemasaran?

Wawancara kepada Ibu Mia Reniflirach, selaku *Consumer Funding Sales* di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

1. Apa saja kelebihan dan kekurangan produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB ?
2. Bagaimana penetapan harga yang ditawarkan oleh PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru ?
3. Bagaimana prosedur pembukaan produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB ?




Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bagaimana pengaruh nasabah setelah ditawarkan produk BTN Batara Haji dan Umroh iB ?

Pembimbing Tugas Akhir



Ahmad Hamdalah. SE.I.,M.E.Sy
NIK. 130.217.031

Peneliti



Kamila
NIM. 01626204099

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Bapak Nikmansyah Nasution sebagai *Consumer & Commercial Funding Unit Head*



Wawancara dengan Ibu Mia Reniflirach sebagai *Consumer Funding Sales*



UIN SUSKA RIAU

Wawancara dengan Bapak Hendri Susilo sebagai *Service Quality Unit Head*



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN LAPORAN AKHIR**

Laporan akhir dengan judul **STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BTN BATARA HAJI DAN UMROH IB PADA PT. BANK TABUNGAN
NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU**, yang ditulis oleh:

Nama : **KAMILA**
NIM : 01626204099
Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :


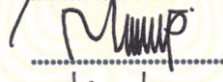


Hari/Tanggal : Senin, 30 Desember 2019
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas
Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

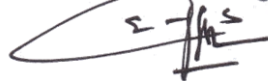
Pekanbaru, 10 Januari 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Nurnasrina, SE., MSi.
Sekretaris
Musrifah, SH, MH
Penguji I
Madona Khairunisa, S.E.I, M.E.Sy
Penguji II
Nur Hasanah, SE., MM

Mengetahui :
Kasubbag Adm
Umum dan Keuangan



Eri Surianto, SH. I
NIP. 19670218 199303 1 006

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM**

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. Fax 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.30.9/9712/2019
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 13 Desember 2019

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Kamila
NIM : 01626204099
Jurusan : Perbankan Syariah D3
Semester : VII (Tujuh)
Lokasi : Jl. Arifin Ahmad, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai, Kota
Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
:Strategi Pemasaran Produk BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. Bank Tabungan
Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
NIP. 19580712 198603 1 001

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 480 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/28767
T E N T A N G



032010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/9712/2019 Tanggal 13 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

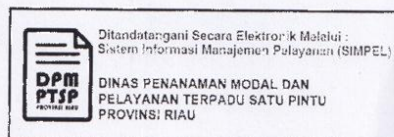
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : Kamila |
| 2. NIM / KTP | : 01626204099 |
| 3. Program Studi | : PERBANKAN SYARIAH |
| 4. Jenjang | : DIII |
| 5. Alamat | : INDRAGIRI HILIR |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI PEMASARAN PERODUK BTN BATARA HAJI DAN UMRAH IB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta memperlancar kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 13 Desember 2019



Tambahan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Bank Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
Kantor Cabang Syariah Pekanbaru
Jl. Arifin Ahmad Kel. Sidomulyo Timur
Kec. Marpoyan Damai, Pekanbaru 28125
Telp. (0761) 7891314
www.btn.co.id



No : /PKB/SUPP/IV/2019
Lamp :-
Hal : Surat Keterangan Riset/Pra Riset

Pekanbaru, 18 April 2019

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di-
Pekanbaru

Menunjuk surat Rekomendasi No. 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/18647 perihal Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data Untuk Bahan Skripsi. Dengan ini kami menerangkan bahwa nama tersebut dibawah ini :

Nama : KAMILA
NIM : 01626204099
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul Penelitian : Strategi Pemasaran Produk BTN Batara Haji dan Umrah IB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru

Bahwa benar yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan penelitian dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi sejak tanggal 20 Maret 2019 sampai dengan 2 April 2019 pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar - benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 18 April 2019

PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk
KANTOR CABANG SYARIAH PEKANBARU

Agusman
PJS Branch Manager

Mentari Irdayani
Human Capital Support

UIN SUSKA RIAU

NPWP.01.001.609.5-216.001

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENELITI

KAMILA, lahir pada tanggal 18 November 1996 di Tembilahan. Penulis merupakan anak ke 1 dari 2 bersaudara pasangan Robi Purnomo dan Nina Hariani.

Adapun riwayat pendidikan formal yang telah penulis tempuh yaitu pendidikan awal TPA MDA AN-NUR Tembilahan tahun 2006-2009. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan SDN 001 Tembilahan 2004-2010. Selanjutnya penulis melanjutkan ke jenjang Pendidikan Menengah Pertama (SMP) di SMPN 1 Tembilahan Hulu tahun 2010-2013. Dan penulis melanjutkan pendidikan lagi ke Pendidikan Menengah Atas (SMA) di SMK Negeri 1 Tembilahan tahun 2013-2016.

Setelah menyelesaikan pendidikan di SMK Negeri 1 Tembilahan, penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau Pekanbaru Fakultas Syariah dan Hukum dengan Jurusan D-III Perbankan Syariah sejak tahun 2016. Pada tahun 2019 tepatnya pada bulan Mei penulis melakukan penelitian di BMT Marwah Cabang Paus Pekanbaru. Dan akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir tersebut dengan mengikuti ujian munaqasyah pada hari senin tanggal 30 Desember 2019 sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) dengan judul Laporan Akhir “**Strategi Pemasaran Produk BTN Batara Haji dan Umroh iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru**”.